

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dalam melakukan kegiatan belajar-mengajar ataupun pekerjaan kantor, kita sering kali membutuhkan hasil tugas ataupun pekerjaan yang sudah berbentuk dokumen fisik. Kebutuhan tersebut sangat beragam bagi mahasiswa, terutama mereka yang erat kaitannya dengan jurusan desain. Mahasiswa dengan jurusan desain sering kali membutuhkan tipe dokumen fisik yang kurang umum digunakan, berbeda dengan mahasiswa lain ataupun pekerja kantoran yang memerlukan hasil cetak dengan ukuran kertas A4, dan terkadang A3. Walaupun begitu, bukan berarti bahwa pekerja kantor dan mahasiswa jurusan yang lebih umum tidak memerlukan jenis dari hasil cetak yang unik. Pada tugas atau tujuan tertentu, karyawan kantor juga perlu untuk mencetak pada media amplop, map, sticker, dan lain-lain.

Adanya kebutuhan yang unik ini, menyebabkan terkadang sulit bagi mereka untuk menemukan tempat cetak yang tepat, walaupun mereka menemukan tempat yang tepat, bisa saja ada kendala berupa jam operasional dari tempat cetak tersebut yang tidak sesuai dengan kebiasaan mereka. Tempat cetak yang memiliki kualitas yang signifikan, sering kali memiliki antrian yang ramai, dengan kata lain pelanggan mereka harus menunggu sebelum akhirnya dilayani. Waktu tunggu dari jasa percetakan tidak berhenti disitu, proses pengerjaannya juga memakan waktu, sehingga kurang efektif bagi mereka yang hanya mencetak dokumen tanpa kebutuhan konsultasi desain dan cetak.

Angka pertumbuhan industri grafika di Indonesia pada tahun 2016 bertumbuh sebesar tumbuh sebesar 12% hingga 15%, yang termaksud didalamnya adalah industri percetakan, penerbitan dan *converting*. Pertumbuhan ini memperlihatkan bahwa industri grafika di Indonesia tumbuh diatas angka rata-rata pertumbuhan ekonomi di Indonesia yang berada pada 3% (Issetiabudi, 2017). Pertumbuhan dari industri grafika dapat dilihat secara langsung dengan banyaknya tempat percetakan baru di daerah Jakarta dan Tangerang. Pertumbuhan ini tidak hanya didominasi oleh percetakan besar, namun juga percetakan baru yang menawarkan jasa serupa dengan percetakan lama yang lebih unggul. Di Indonesia, tidak banyak percetakan yang mampu untuk membuka cabang di berbagai tempat, padahal kebutuhan dari segmen

mahasiswa dan pekerja kantoran membutuhkan kenyamanan berupa tempat yang mudah untuk dicapai.

Seiring dengan pertumbuhan *e-commerce*, mulai muncul perusahaan-perusahaan percetakan yang menciptakan *e-commerce* untuk memudahkan pelanggan melakukan proses cetak. Perusahaan Snapy adalah *market leader* pada industry percetakan. Dengan 61 cabang, memudahkan snapy untuk menjangkau lebih banyak pelanggan diberbagai daerah. Namun dalam 61 outlet tersebut, tidak memiliki konsistensi variasi produk yang sama, seperti snapy cabang Alam Sutera, pelanggan tidak bisa untuk melakukan print dengan ukuran di atas ukuran A3, dan *large format* percetakan lainnya, padahal pelanggan yang melakukan percetakan A4 dan A3 kurang dari 15% yang pergi ke tempat percetakan. Snapy juga memiliki prosedur pembelian online yang meminta pelanggan bertanya lebih dulu ke cabang yang diinginkan. Maksimal file yang dapat dikirim untuk melakukan percetakan online adalah sebesar 25mb yang mana relatif sangat kecil atau setara dengan 5 buah foto yang diambil dari kamera telpon genggam. Selain dari perusahaan Snapy, masih ada perusahaan lain yang menjadi *market leader* pada *e-commerce* percetakan yaitu primagraphia, dan Notoco, yang hanya memiliki satu cabang percetakan dengan penawaran yang kurang lebih sama. Kedua perusahaan tersebut menggunakan sistem yang sama untuk *e-commerce* mereka, yaitu dengan menggunakan Woocommerce (*open source e-commerce*) yang tidak diciptakan untuk menangani e-commerce percetakan.

Menyediakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan adalah salah satu tantangan terpenting yang dihadapi bisnis saat ini (Mok, C., and Sparks, B., 2001). Berdasarkan penelitian pada tahun 1980, secara jelas ditemukan adanya dampak atas kepuasan pelanggan dengan potensi untuk melakukan pembelian berulang. Perbedaan rating 0.2 dari skala rating penuh sebesar 5, memberikan kontribusi 6-12% peningkatan atas pembelian berulang. Berdasarkan teori ekspektasi, pelanggan seringkali membuat pendapat atas sebuah produk, keuntungannya, dan hasil yang diberikan atas penggunaan produk tersebut (Tokman, 1932). Model keberhasilan sistem informasi memformulasikan 6 dimensi, yaitu kualitas informasi, kualitas sistem, kualitas jasa, kualitas penggunaan, kepuasan user, dan manfaat dari sistem (DeLone W.H. dan McLean, E.R, 2003). Oleh sebab itu berdasarkan dari teori yang ada, maka solusi dari permasalahan diatas adalah dengan memberikan sebuah metode

baru yang memberikan nilai bagi pelanggan dengan memberikan layanan yang sesuai dengan ekspektasi mereka.

Cloudprint dapat menjadi solusi atas permasalahan ini, Cloudprint adalah startup digital yang membantu pelanggan untuk melakukan pemesanan cetak dokumen secara online dengan bantuan aplikasi mobile yang mengumpulkan jaringan-jaringan percetakan besar dan kecil. Bekerjasama dengan perusahaan percetakan tersebut, Cloudprint memberikan nilai tambah kepada pelanggan untuk memudahkan mereka melakukan pencetakan dimana saja sesuai dengan pilihan mereka, tanpa harus keluar rumah, menunggu, mengantri ataupun mengambil dokumen. Cloudprint menawarkan solusi sebagai *marketplace digital* kepada pelanggan untuk melakukan cetak secara online, dengan harga yang sama dengan datang ke tempat cetak biasa. Fitur yang ditawarkan antara lain metode pengantaran yang fleksibel, melakukan filter pilihan percetakan yang sesuai dengan produk yang diinginkan, jarak jangkauan percetakan, durasi proses cetak, kualitas cetak, dan jam operational percetakan. Sedangkan dari sisi pemasok jasa, Cloudprint menawarkan nilai tambah berupa exposure yang lebih luas, pengembangan segmen pasar yang baru.

## **1.2 Tujuan Dan Manfaat**

### **1.2.1 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi model bisnis yang tepat untuk bisnis percetakan berbasis online.
2. Mengidentifikasi intensi dari masyarakat untuk menggunakan aplikasi percetakan berbasis online.
3. Melakukan analisa dan perancangan aplikasi percetakan berbasis aplikasi *mobile* sebagai media bagi para penyedia percetakan UMKM untuk mempermudah pelajar dan mahasiswa dalam melakukan percetakan pada kehidupan sehari-hari.

### **1.2.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini adalah

1. Mengetahui model bisnis terbaik untuk bisnis percetakan berbasis online.

2. Mengetahui adanya intensi yang kuat dari masyarakat untuk menggunakan aplikasi percetakan berbasis online.
3. Hasil analisa dan perancangan aplikasi percetakan berbasis online untuk penyedia percetakan UMKM yang akan mempermudah masyarakat khususnya para pelajar dan mahasiswa untuk melakukan percetakan pada kehidupan sehari-hari.

### 1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari penelitian ini adalah:

1. Aplikasi yang dirancang terdiri atas aplikasi berbasis mobile application.
2. Perancangan aplikasi terdiri atas 3 buah role
  - a. Admin: *Administrator* aplikasi Cloudprint.
  - b. Percetakan: Pengguna yang berasal dari penyedia jasa percetakan yang menyediakan jasanya melalui cloudprint
  - c. Pelanggan: Pengguna yang merupakan pelanggan yang ingin untuk membeli jasa percetakan dari service provider.
3. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisa bisnis dari aplikasi cloudprint dengan melakukan analisa:
  - a. *Value Proposition*
  - b. *Customer Segment*
  - c. *Key Partner*
  - d. *Key Activities*
  - e. *Key Resources*
  - f. *Pelanggan Relationship*
  - g. *Marketing Channel*
  - h. *Cost Structure*
  - i. *Revenue Stream*
4. Penelitian ini terbatas pada analisa dan pembuatan prototype dari aplikasi, dan tidak sampai ke tahap implementasi.

## **1.4 Metodologi**

### **1.4.1 Waktu Dan Tempat Penelitian**

Waktu penelitian akan dimulai pada 1 Oktober 2018 dan berakhir pada 30 Desember 2018. Lokasi penelitian akan dilakukan di universitas Bina Nusantara untuk mengumpulkan kuesioner, serta membangun prototype dari aplikasi yang ada.

### **1.4.2 Metode Pengumpulan Data**

#### **1.4.2.1 Kuesioner**

Kuesioner akan digunakan sebagai metode untuk mengumpulkan data primer dan dimaksudkan untuk menunjang pengembangan aplikasi yang ada.

#### **1.4.2.2 Wawancara**

Wawancara akan dilakukan guna mengetahui secara lebih rinci mengenai pandangan responden terhadap bisnis yang akan dibangun.

#### **1.4.2.3 Studi Pustaka**

Mempelajari teori- teori yang akan digunakan serta metode untuk pembuatan system e-commerce dengan merujuk pada buku- buku, artikel, jurnal, internet, dan sumber lainnya.

## **1.5 Metode Analisa**

### **1.5.1 Analisa Proses Bisnis**

Analisa proses bisnis akan dilakukan untuk mengidentifikasi kegiatan- kegiatan yang dilakukan oleh bisnis yang ada, guna mengetahui nilai tambah yang diciptakan dari kegiatan yang ada sehingga dapat digunakan untuk analisa porter competitive five force model dari bisnis yang dibangun.

### **1.5.2 Object Oriented Analysis**

Object Oriented Analysis membantu untuk melakukan analisa atas system yang dibangun berdasarkan bisnis yang ada dengan cara membuat objek- objek. Task yang akan dilakukan antara lain:

1. Mendefinisikan objek pada aplikasi

2. Mengorganisir objek
3. Menjelaskan interaksi antar objek
4. Menentukan sifat dari objek
5. Menentukan karakteristik dari objek

### 1.6 Metode Perancangan

Pada *object oriented design* bertujuan untuk membangun gambaran aplikasi yang akan dibangun. Aktivitas pada bagian ini antara lain adalah

#### 1. Membuat *activity diagram*

*Activity Diagram* adalah diagram UML yang berguna untuk menjelaskan alur dari bisnis proses terkait. *Activity Diagram* dapat memberikan penjelasan interaksi antara sistem dengan aktor (pengguna).

#### 2. Membuat *use case*

*Use case* merupakan diagram yang membantu menjelaskan fungsionalitas yang akan dijalankan oleh aktor-aktor didalam sistem yang dirancang. Dengan begitu akan terlihat fitur-fitur yang dibangun pada sistem. *Use case* terdiri atas diagram *use case* dan *use case description* yang bertujuan untuk menjelaskan fungsi secara mendetil.

#### 3. Membuat *domain class diagram*

*Domain Class Diagram* adalah diagram uml yang menggambarkan kelas objek beserta relasinya terhadap objek yang lain pada sebuah sistem, pembuatan diagram ini membantu mengklasifikasikan kelas- kelas yang terlibat didalam sistem yang dibuat. *Domain Class Diagram* terdiri atas *first cut class diagram* dan *extended class diagram*.

#### 4. Membuat *system sequence diagram*

*System Sequence Diagram* berfungsi untuk mendeskripsikan alur dari pesan yang masuk dan pesan yang keluar dalam keseluruhan sistem secara berurutan. *System Sequence Diagram* terdiri atas *first cut system sequence diagram* dan *multilayer sequence diagram*.

#### 5. Membuat *user interface*

*User Interface* berguna untuk memberikan gambaran sistem yang nantinya akan digunakan oleh user.

### 1.7 Kerangka Pikir

Penyusunan skripsi ini dibagi atas 5 buah bab, antara lain :

## **BAB 1: PENDAHULUAN**

Merupakan penjelasan tentang latar belakang penelitian, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

## **BAB 2: LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang kerangka teori-teori yang terkait dan menjadi dasar untuk dilakukannya analisa dan perancangan sistem. Selain itu, bab ini juga menjelaskan tentang kerangka pikir dari penelitian yang dilakukan

## **BAB 3: ANALISA BISNIS**

Bab ini berisi tentang gambaran umum mengenai analisa dari *Value Proposition*, *Customer Segment*, *Key Partner*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Pelanggan Relationship*, *Marketing Channel*, *Cost Structure*, *Revenue Stream*

## **BAB 4: PERANCANGAN APLIKASI**

Bab ini berisi tentang perancangan aplikasi cloudprint yang mengacu pada teori Satzinger, Jackson and Burd untuk mendefinisikan dan mendeskripsikan solusi atas suatu masalah dengan kegiatan :

1. *Activity Diagram*
2. *Use Case*
3. *Domain Class Diagram*
4. *System Sequence Diagram*
5. *User Interface*

## **BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dari analisa dan perancangan yang sesuai dengan pernyataan pada bab 1, bab 2, bab 3, bab 4 dalam melakukan perancangan system.

### **1.8 Profil Perusahaan**

#### **1.8.1 Profil Perusahaan**

Cloudprint menyediakan jasa percetakan online melalui aplikasi berbasis web dan mobile. Cloudprint bekerja sama dengan jaringan percetakan yang memutuskan untuk menjadi bagian dari jaringan percetakan Cloudprint. Untuk

menjadi anggota jaringan Cloudprint, perusahaan percetakan terlebih dahulu harus menandatangani kontrak dengan Cloudprint, dan melakukan registrasi pada website Cloudprint. Setelah registrasi di approve, maka percetakan affiliate akan diminta untuk mendaftarkan barang-barang yang akan ditawarkan pada aplikasi Cloudprint. Cloudprint menyimpan seluruh data dari jaringan percetakan beserta produk dan jasa yang ditawarkan oleh jaringan- jaringan percetakan tersebut.

Setiap percetakan order yang dipesan melalui cloudprint akan dikenakan biaya komisi kepada percetakan sebesar Rp. 25,00 hingga Rp. 100,00 (Alexander Osterwalder, 2010) per order. Pendapatan percetakan akan dicairkan dalam waktu 3 hari kedepan.